

Fais jaillir le meilleur de ta data

Durée :

1 journée de formation (7h)

Présentiel : 9h > 12h30 - 13h30 > 17h

Distanciel : 4 x 1h45 sur 15 jours

Tarifs :

(6 participants maximums par formation)

Inter-entreprise : **550 € HT / participant ***

Intra-entreprise : **1800 € HT / formation**

Formation sur mesure : [Nous contacter](#)

** boissons chaudes et déjeuner inclus.*



Objectifs :

- _ Comprendre la RGPD et la gestion de consentement.
- _ Savoir intégrer et configurer Matomo sur un site internet.
- _ Tirer parti des fonctionnalités clés de Matomo.
- _ Concevoir un dashboard en connectant Google Data Studio.

Prérequis :

Connaissance de base de Google Analytics et des enjeux de collecte de données sur le digital.

Publics cibles :

Toute personne concernée par les projets digitaux et de leurs aspects trafic, communication.

Formateur :

Issu de l'agence [Periscope](#), **spécialisé en Data Marketing**, le formateur dispose de plusieurs années d'expérience qu'il mettra à profit pour faire découvrir de façon didactique l'ensemble des opportunités offertes par les outils de collecte de données.

Informations pratiques :

Les formations sont dispensées dans nos bureaux de Paris (9ème) ou de Clermont-Ferrand.

Les formations intra-entreprise peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise sur demande. Des frais de déplacement peuvent être facturés en sus.

Formation accessible aux personnes handicapées !
Nous contacter au [04 73 93 12 12](#) pour en savoir plus.

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de bonnes pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Émargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Programme de formation

Cours théorique

1. Contexte et enjeux du RGPD

- _ Une collecte exemptée de consentement
- _ Les solutions permettant d'être exemptées

2. Le Choisir sa formule : cloud vs auto-hébergement

- _ Comprendre les modes

3. Matomo

- _ Configuration du compte
- _ Vocabulaire & définitions
- _ Prise en main des rapports
- _ Les dimensions et statistiques personnalisés
- _ Le e-commerce
- _ La segmentation de l'audience
- _ Les événements personnalisés
- _ Les objectifs

4. Matomo vs Google Analytics

- _ Avantages et inconvénients
- _ Différences de termes
- _ Matomo et l'échantillonnage des données
- _ Utm vs mtm
- _ Retrouver ses KPI
- _ L'analyse multitouch

5. Le marquage

- _ Le syndrome du seau troué
- _ La méthodologie
- _ Les outils indispensables
- _ Introduction à Google Tag Manager

6. Déployer Matomo en étant exempté de consentement

7. Les paramètres obligatoires

- _ Matomo Tag Manager
- _ Sans Google Tag Manager
- _ Les rapports à créer dès le début
- _ Déployer le tracking e-commerce

8. Relier Google Data Studio à Matomo pour avoir un dashboard de pilotage

9. Déployer le e-commerce Matomo en étant exempté de consentement

Exercices pratiques

_ Créer un compte Matomo Cloud.

_ **Configurer son compte Matomo** pour être exempté de consentement.

_ **Intégrer Matomo sur un site web** en passant par Matomo Tag Manager ou Google Tag Manager.

_ **Configurer des événements personnalisés** Matomo avec Google Tag Manager.

_ **Configurer le e-commerce** Matomo.

_ **Extraire des données business.**

_ **Créer des rapports personnalisés.**

_ **Créer un dashboard** de suivi via Google Data Studio.